

**PENANGANAN DAN PENGAWASAN PERPAJAKAN DALAM RANGKA INTENSIFIKASI DI  
BIDANG E-COMMERCE  
(STUDI PADA KANTOR PELAYANAN PAJAK PRATAMA MALANG SELATAN)**

**Anita Aprilia  
Endang Siti Astuti  
Nila Firdausi Nuzula**

(Program Studi Perpajakan, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas  
Brawijaya, Malang, 105030400111003@mail.ub.ac.id)

**Abstract**

*The globalization era has very board impact on the development of human activities, including business and trade. The correct development in trading activity is the use of electronic media for sellers to offer products and for buyers to purchase them. This phenomenon is called as e-commerce. This study to describe and analyse the efforts of Taxation Office in Malang (Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan) in handling and supervising e-commerce taxation. This study found that Direktorat General of Taxation (Direktorat Jenderal Pajak) has classified several models of e-commerce, that helps the officers to manage the taxation aspect. This study also found some such as the low compliance level of difficulties tax payers to report their activities and the lack of supporting taxation system and regulationon e-commerce.*

**Keywords:** *e-commerce, handling and supervision, taxation.*

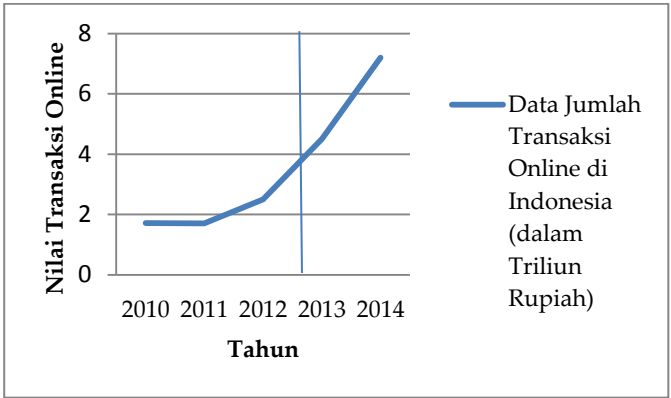
**PENDAHULUAN**

Era globalisasi menuntut masyarakat untuk selalu memberikan sebuah terobosan baru dalam setiap bidang kegiatannya. Pada dasarnya, proses itulah yang membuat umat manusia menjadi lebih kreatif untuk menghadapi dunia global. Baik dari segi ekonomi, kesehatan, pendidikan, sosial, maupun budaya. Salah satu dampak yang dihasilkan oleh era globalisasi adalah terciptanya teknologi internet. Teknologi internet memiliki efek besar pada perdagangan global dalam hal layanan, yang meliputi perangkat lunak komputer, produk-produk hiburan, layanan informasi, informasi teknik, lisensi produk, layanan finansial dan layanan tenaga ahli (Ustadiyanto, 2001:32). Pada saat ini perdagangan dunia tercatat lebih dari \$40 milyar Amerika, dan transaksi yang tercipta terjadi secara *online* (Ustadiyanto, 2001:33). Kemajuan di bidang teknologi, komputer, dan telekomunikasi mendukung perkembangan pada transaksi perdagangan. Dengan internet pelaku bisnis tidak lagi mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi apapun, untuk menunjang aktivitas bisnisnya (Irnawati, 2011:95).

Perubahan bentuk perdagangan secara konvensional menuju sistem *online* adalah sebuah perkembangan yang perlu disesuaikan dengan keadaan sebuah negara. Indonesia sendiri masih membutuhkan beberapa peraturan yang mendukung terciptanya transaksi secara *online*. Pemerintah setidaknya mampu mempelajari terhadap implikasi yang terjadi di dalam sistem perdagangan secara elektronik atau *e-commerce*. Sebagai negara

berkembang, Indonesia memiliki *trend* yang cukup baik terhadap perdagangan melalui jaringan elektronik. Sistem *online* yang mudah dan sederhana dianggap sebagai sarana aman dalam melakukan transaksi perdagangan.

Kecenderungan masyarakat Indonesia dari transaksi *online* semakin besar. Potensi yang didapat dari adanya transaksi *e-commerce* ini cukup memberikan peluang baru bagi beberapa sektor. Baik dari sisi bisnis, peraturan, maupun segi perpajakannya. Data mengenai jumlah transaksi *e-commerce* juga mempertegas bahwa adanya potensi baru yang harus digali. Khususnya pada sektor perpajakan.



**Gambar 1. Data Nilai Transaksi E-commerce di Indonesia**

Trend di atas menunjukkan bahwa terdapat peningkatan untuk nilai transaksi *online* di Indonesia. Pada tahun 2012 terlihat bahwa nilai transaksi *online* mencapai 2,5 triliun rupiah. Pada tahun 2014 akan diproyeksikan mencapai 7,2 triliun rupiah. Meningkat sekitar tiga kali lipat dari nilai transaksi *online* pada tahun 2012. Jumlah transaksi tersebut diperoleh dari sekitar 6% dari 50 juta pengguna internet di Indonesia yang berbelanja secara *online*.

Di dalam sistem perpajakan Indonesia terdapat hal yang dapat dilakukan sebagai bentuk proses dalam penanganan dan pengawasan yaitu upaya intensifikasi pajak. Intensifikasi pajak adalah kegiatan optimalisasi penggalan penerimaan pajak terhadap objek serta subjek pajak yang telah tercatat atau terdaftar dalam administrasi (Direktorat Jenderal Pajak) DJP (Vergina, 2009:1). Tujuan adanya intensifikasi pajak adalah mengintensifkan semua usaha dalam meningkatkan penerimaan pajak, khususnya dalam hal ini adalah Wajib Pajak pelaku usaha *online*. Wajib Pajak yang dimaksud adalah mereka yang telah memenuhi syarat sebagai subjek pajak. Subjek Pajak adalah Orang Pribadi atau Badan yang menerima atau memperoleh penghasilan. Menurut Undang-Undang PPh, subjek pajak terdiri dari orang pribadi, badan, BUT. Transaksi *e-commerce* merupakan salah satu objek yang perlu adanya intensifikasi pajak.

Melihat potensi yang cukup besar dari data grafik tentang nilai transaksi *e-commerce*, maka perlu adanya pengawasan dan penanganan secara simultan kepada setiap wajib pajak yang melakukan transaksi *e-commerce* pada sistem perdagangannya. Potensi besar pada *e-commerce* ini dikarenakan model perdagangan yang berbeda dari bisnis secara konvensional. Seseorang akan dengan mudah memilih barang yang akan dibeli dari tempat dimanapun dengan akses internet. Lalu mengirimkan sejumlah uang ke rekening penjual dan barang diantar langsung ke tempat pembeli.

Di dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 pasal 5 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang selanjutnya disebut UU ITE dikemukakan bahwasanya subjek pelaku untuk kegiatan *e-commerce* adalah orang yang telah melakukan perbuatan hukum secara nyata untuk kegiatan perdagangannya, dalam hal ini adanya dokumen elektronik dari *e-commerce* kedudukannya adalah disetarakan dengan dokumen yang dibuat di atas kertas. Selain itu, kelegalan dokumen yang dilakukan oleh para pengusaha *online* dibahas di dalam Surat Direktur Jenderal Pajak nomor S-702/PJ.332/2006 tentang legalitas dokumen dari transaksi *e-commerce*. Isi dari surat tersebut menunjukkan

bahwa segala dokumen yang dikeluarkan dari sistem perdagangan dunia maya adalah legal dan dapat dipergunakan untuk laporan keuangan sebagai bukti fisik atas pelaporannya. Sesuai dengan ketentuan tersebut, maka tidak ada alasan apapun bagi para pelaku *e-commerce* untuk menghindari kewajiban perpajakannya.

Mengacu dari berbagai permasalahan pada transaksi *e-commerce*, kota Malang, Jawa Timur merupakan kota dengan sektor industri yang baik. Masyarakat kota Malang semakin aktif dan giat dalam melakukan usaha perdagangannya, baik secara konvensional maupun melalui jaringan media elektronik. Dalam salah satu Sidang Paripurna Gotong Royong Kotapraja Malang pada tahun 1962 menghasilkan Tri Bina Cita kota Malang dengan ditetapkannya kota Malang sebagai kota pelajar, kota industri dan kota pariwisata. Ketiga pokok tersebut menjadi landasan masyarakat kota Malang untuk mengembangkan sektor perekonomian ([www.kotaMalang.go.id](http://www.kotaMalang.go.id), 2011), yang akan membuat kawasan kota Malang memiliki perekonomian yang baik.

Transaksi *e-commerce* menjadi fokus pemilihan tema yang penting karena kegiatannya. Perdagangan yang tampak akan sulit dilacak, jika pihak DJP hanya mengandalkan pada perdagangan secara fisik atau konvensional saja. Persoalan ini menjadi lebih rumit karena pelaku-pelaku bisnis tersebut mengambil ranah di dunia maya. Alhasil, untuk orang pribadi dan badan yang melakukan transaksi *e-commerce* akan lebih sulit daripada memeriksa wajib pajak dengan perlakuan bisnis secara konvensional.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis penanganan dan pengawasan yang dilakukan oleh Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan terhadap potensi perpajakan dalam rangka intensifikasi perpajakan di bidang *e-commerce*. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan pihak DJP dalam rangka peningkatan masukan dari pajak untuk Anggaran Pendapatan Belanja Negara (APBN).

## TINJAUAN TEORI

### Pajak

Pajak menurut Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 16 tahun 2000 sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 16 tahun 2009 yang selanjutnya disebut UU KUP adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

### E-commerce

*E-commerce* pada dasarnya merupakan suatu kontak transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan media internet. Jadi proses pemesanan barang, pembayaran transaksi hingga pengiriman barang dikomunikasikan melalui internet.

Dilihat dari jenis transaksinya, *e-commerce* dikelompokkan menjadi dua segmen yaitu, *business to business e-commerce* (B2B *e-commerce*) dan *business to consumer* (B2C). *B2B e-commerce* adalah transaksi perdagangan melalui internet yang dilakukan oleh dua atau lebih perusahaan. Transaksi dagang tersebut sering disebut sebagai *Enterprise Resources Planning* (ERP) ataupun *supply chain management*. Sedangkan *B2C e-commerce* merupakan transaksi jual beli melalui internet antara penjual barang konsumsi dengan konsumen (*end user*) (Ustadiyanto, 2001:12). Terdapat pula *e-commerce* yang dikelompokkan menjadi beberapa segmen yaitu, metode *cash on delivery* (COD), maupun toko online.

Beberapa hal selanjutnya yang menjadi tugas dari pemerintah untuk menggabungkan beberapa Undang-Undang yang telah dibuat guna mempertegas adanya kegiatan *e-commerce*. UU ITE telah menegaskan bahwasanya pada saat ini telah lahir suatu rezim hukum baru yang dikenal dengan hukum telematika. Secara internasional digunakan untuk istilah hukum yang terkait dengan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi. Permasalahan hukum yang seringkali terjadi dan tengah dihadapi adalah ketika terkait dengan penyampaian informasi, komunikasi dan

transaksi elektronik, khususnya dalam hal pembuktian dan hal yang terkait dengan perbuatan hukum yang dilaksanakan melalui sistem elektronik.

Permasalahan yang lebih luas terjadi pada bidang keperdataan karena transaksi elektronik untuk kegiatan perdagangan melalui sistem elektronik telah menjadi bagian dari perniagaan nasional dan internasional. Dalam kegiatan *e-commerce* telah didukung dalam UU ITE pasal 5 bahwa dokumen elektronik yang dijadikan sebagai alat atau bukti perdagangan yang sah di mata hukum merupakan salah satu hal yang telah memperluas aspek dari perpajakan. Bahwasanya kegiatan *e-commerce* merupakan kegiatan perdagangan dimana pelaku usaha yang terlibat wajib menaati peraturan perundang-undangan yang ada.

Sementara itu, di dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Pasal 1 tentang Perdagangan yang selanjutnya disebut dengan UU Perdagangan, yang dimaksud dengan perdagangan adalah tatanan kegiatan yang terkait dengan transaksi barang atau jasa di dalam negeri dan melampaui batas wilayah negara dengan tujuan pengalihan hak atas barang atau jasa untuk memperoleh imbalan atau kompensasi. Pada kegiatan *e-commerce* terjadi sebuah transaksi perdagangan yang dilakukan melalui jaringan elektronik.

Pada UU Perdagangan Pasal 65 ayat (1) bahwasanya setiap pelaku usaha yang memperdagangkan barang atau jasa dengan menggunakan sistem elektronik wajib menyediakan data atau informasi secara lengkap dan benar. Data atau informasi yang ditujukan adalah identitas dan legalitas pelaku usaha, persyaratan mengenai teknis barang yang ditawarkan, kualifikasi jasa, harga dan cara pembayaran, maupun cara penyerahan barang tersebut. Pada UU Perdagangan Pasal 115 disebutkan pula mengenai ketentuan pidana di sana dijelaskan bahwa setiap pelaku usaha yang memperdagangkan barang atau jasa dengan menggunakan sistem elektronik yang tidak sesuai dengan data atau informasi akan dipidana paling lama 12 tahun dan pidana denda paling banyak Rp. 12.000.000.000,00.

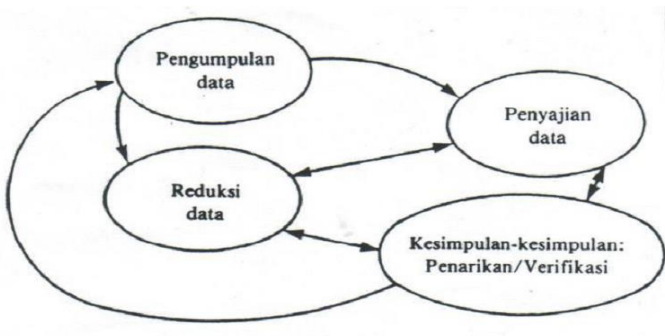
Terlihat bahwasanya untuk kegiatan *e-commerce* ini telah didukung oleh Undang-Undang yang dikeluarkan negara, yaitu UU ITE dan UU Perdagangan. Hal ini dimaksudkan bahwasanya *e-commerce* merupakan kegiatan yang sah di mata hukum. Mulai dari pendirian usahanya, para pelaku usaha yang terlibat,

transaksi antara penjual dan pembeli, sampai pada dokumen secara elektronik yang digunakan. Hal ini terkait pula dengan Undang-Undang perpajakan dimana segala kegiatannya merupakan subjek dan objek pajak yang menjadi kewajiban dari para pelaku usaha yang terlibat.

**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskripsi dengan pendekatan kualitatif. Lokasi penelitian berada di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Selatan dengan basis wilayah perpajakan pada daerah Klojen, Sukun, dan Kedungkandang. Sumber data yang digunakan adalah dengan proses wawancara kepada para informan atau narasumber yaitu *Account Representative* (AR). Hal ini dikarenakan AR merupakan ujung tombak dari pihak DJP kepada para Wajib Pajak terkait dengan kewajiban perpajakannya. Serta data sekunder atau data pendamping di dapat melalui dokumen berupa UU PPh, UU PPN dan PPnBM, UU ITE, UU Perdagangan, dan Surat Edaran Nomor SE-62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan atas Transaksi *E-commerce*.

Teknik analisa data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan di lapangan selama penelitian berlangsung, dan dokumentasi. Hal itu dilakukan dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori yang telah dibuat sebelumnya, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari serta membuat kesimpulan yang mudah dipahami oleh orang lain. Selanjutnya, untuk tahapan dalam analisa data di lapangan yang dilakukan untuk penelitian ini adalah menurut model Miles dan Huberman. Berikut adalah gambar tahapan analisis data model Interaktif oleh Miles dan Huberman.



**Gambar 2. Proses Analisis Data Model Interaktif Miles dan Huberman**  
*Sumber: Miles and Michael A. Huberman,1992*

Dalam penelitian kualitatif standar pada derajat kepercayaan dan kebenaran dari hasil penelitian dilakukan dengan adanya keabsahan data. Dalam menetapkan keabsahan data diperlukan teknik pemeriksaan. Pelaksanaan teknik pemeriksaan didasarkan atas sifat kriteria yang digunakan, yaitu: derajat kepercayaan, kepastian, dan kebergantungan (Moleong, 2007:326).

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil**

**Perpajakan di dalam transaksi *e-commerce* pada KPP Pratama Malang Selatan**  
**Mekanisme transaksi *e-commerce* dan aspek perpajakan**

Pihak DJP dalam mengadakan pengawasan serta penanganan terhadap perpajakan di bidang *e-commerce* memerlukan langkah yang tepat di dalam penerapannya. Hal tersebut karena pada subjek dan objek pajak adalah pihak-pihak yang terlibat di dalam dunia maya yang secara fisik sulit untuk ditemukan. Kegiatan *e-commerce* sendiri merupakan kegiatan perdagangan yang menggunakan jaringan elektronik. Para pelakunya tidak dapat diidentifikasi langsung secara fisik, karena kegiatannya yang berada di dunia maya.

Dari sana terlihat bahwasanya masih perlu adanya pengawasan serta penanganan yang dilakukan dalam aspek perpajakan di bidang *e-commerce*. Permasalahan yang terjadi adalah terletak pada siapa subjek dan apa objek pajak yang melekat pada transaksi ini. Diperlukan pemahaman yang lebih terkait mekanisme serta aspek perpajakan yang melekat untuk kegiatan *e-commerce* ini. Data-data laporan keuangan yang terjadi di dalam suatu objek perpajakan menjadi penanganan yang mendapatkan sedikit kesulitan dalam hal pengenaan perpajakan. Di dalam *e-commerce* tidak ada perbedaan dengan transaksi perdagangan secara konvensional, hanya saja karena transaksi yang digunakan melalui media elektronik, maka menjadi hal yang penting dalam penegasan aspek perpajakannya.

Sesuai dengan Surat Edaran DJP Nomor SE-62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan atas Transaksi *E-commerce*, disana telah dijelaskan bahwasanya perlu adanya pengoptimalan dalam potensi penerimaan pajak dari transaksi *e-commerce*. Secara garis besar, karena model transaksi yang cukup sederhana serta kegiatan yang dapat dilakukan dimana saja, maka transaksi ini menjadi daya tarik

tersendiri bagi para pelakunya. Dalam penanganan yang telah dilakukan oleh pihak DJP terdapat empat model transaksi *e-commerce* beserta aspek perpajakannya. Keempat model transaksi tersebut adalah sebagai berikut:

### 1. *Online Marketplace*

Transaksi model ini merupakan kegiatan untuk menyediakan tempat usaha di Mal Internet sebagai tempat *Online Marketplace Merchant* (penjual) dalam hal menjual barang atau jasa kepada pembeli yang bertransaksi melalui Mal Internet. Dalam hal bertransaksi dengan model *e-commerce* ini menggunakan pihak ketiga sebagai rekening *escrow account* bank Penyelenggara *Online Marketplace*. Pihak penyelenggara akan membayarkan hasil penjualan barang atau jasa kepada penjual dengan terlebih dahulu melakukan pemotongan *fee* atas hasil yang didapatkan. Pembeli membayarkan barang atau jasanya melalui rekening Penyelenggara. Contoh model *e-commerce* ini adalah zalora.com. Pihak-pihak yang terkait dalam transaksi model ini adalah penyelenggara *Online Marketplace*, *Online Marketplace Merchant* (penjual), dan Pembeli

### 2. *Classified Ads*

Transaksi pada jenis model *e-commerce* ini merupakan kegiatan untuk menyediakan tempat atau waktu guna memajang *content* (teks, grafik, video penjelasan, informasi dan lain-lain) berupa barang atau jasa bagi Pengiklan untuk memasang iklan yang ditujukan kepada Pengguna Iklan melalui situs yang disediakan oleh Penyelenggara *Classified Ads*. Baik Pengiklan maupun Pengguna Iklan akan bertransaksi secara mandiri, tidak terdapat pihak ketiga yang membantu dalam hal proses pembayaran barang atau jasa yang akan dijual. Penyelenggara *Classified Ads* hanya sebagai tempat bagi Pengiklan dalam hal proses promosi barang atau jasa yang akan dijual. Contoh *Classified Ads* adalah Berniaga.com. Pihak-pihak yang terkait dalam transaksi model ini adalah Penyelenggara *Classified Ads*, Pengiklan, dan Pengguna Iklan.

### 3. *Daily Deals*

*E-commerce* dalam kategori ini merupakan penyediaan kegiatan usaha berupa situs *Daily Deals* yang berfungsi sebagai tempat *Daily Deals Merchant* (penjual), dalam hal menjual barang atau jasa kepada para Pembeli dengan menggunakan *Voucher* sebagai sarana pembayaran. Pihak-pihak yang terkait di dalam model transaksi jenis ini adalah Penyelenggara *Daily Deals*, *Daily Deals Merchant* dan Pembeli.

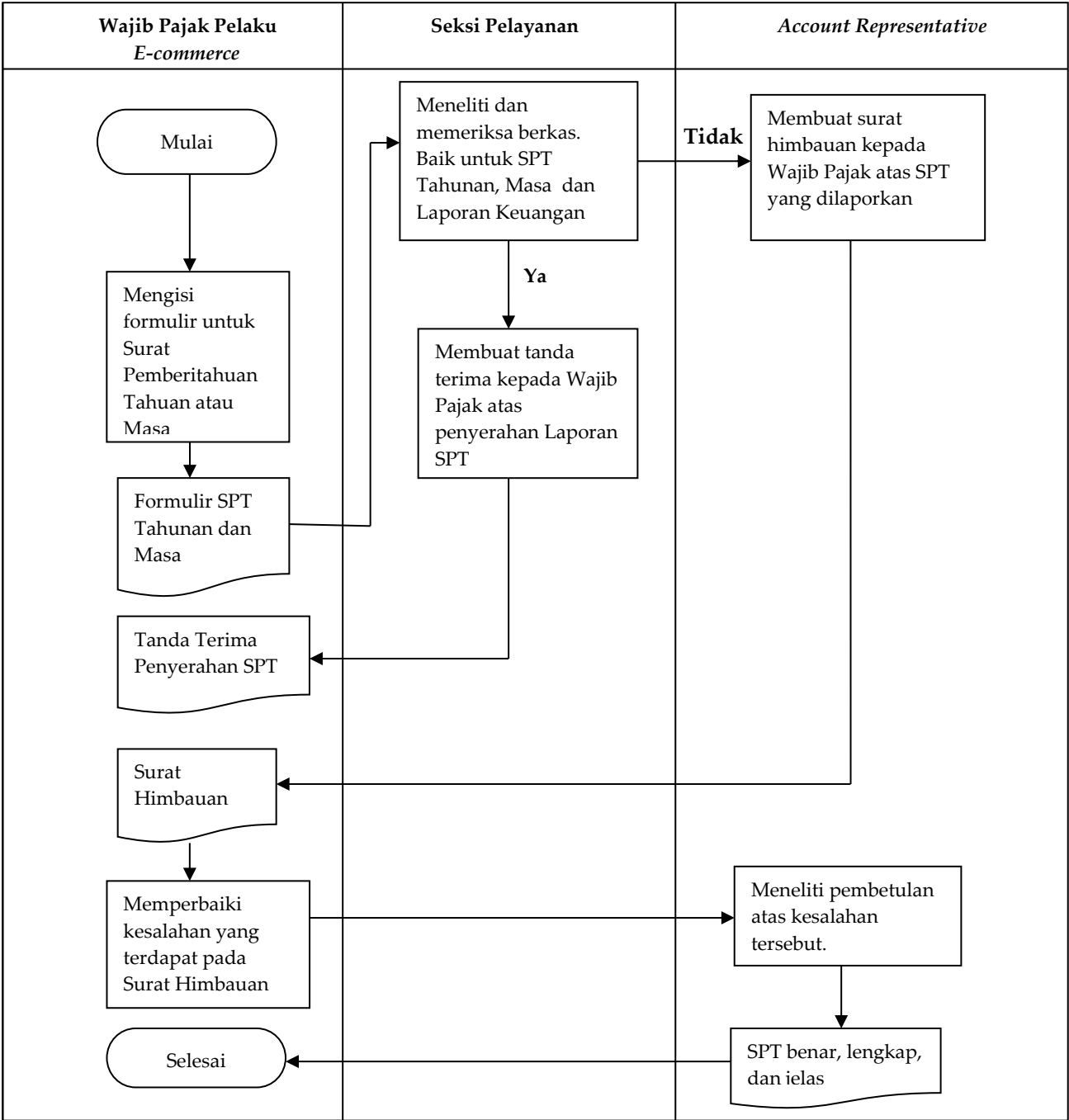
### 4. *Online Retail*

*E-commerce* dalam kategori ini paling banyak digunakan oleh pelaku usaha *online* di Indonesia. Seperti halnya melakukan kegiatan promosi dan penjualan melalui jejaring media sosial. *Online Retail* merupakan kegiatan menjual barang atau jasa yang dilakukan oleh Penyelenggara *Online Retail* sekaligus sebagai *Online Retail Merchant* (penjual) kepada Pembeli di situs *Online Retail*. Untuk model *e-commerce* ini penyelenggara juga berfungsi sebagai penjual yang ikut serta dalam hal bertransaksi atas barang atau jasa yang dipajang di dalam media online. Contoh model *e-commerce* ini adalah Bhinneka.com. Pihak-pihak yang terkait di dalam kegiatan transaksi ini adalah Penyelenggara *Online Retail* sekaligus sebagai *Online Retail Merchant* (penjual) dan Pembeli.

### Penanganan terhadap pajak di bidang *e-commerce*

Penanganan yang dilakukan oleh para AR pada KPP Pratama Malang Selatan memuat dari berbagai klasifikasi model bisnis masing-masing transaksi *e-commerce*. Para Wajib Pajak pelaku usaha *online* dilakukan pemungutan oleh pihak fiskus berdasarkan aspek perpajakan atas kegiatan dagangnya. Baik dari segi penjualan, pembelian, pajak atas pertambahan nilai barang atau jasa tersebut maupun seluruh proses yang berkaitan dengan pemungutan pajak yang sebelumnya telah diatur di dalam Undang-Undang Perpajakan. Aspek perpajakan tersebut berlaku bagi setiap pihak-pihak yang berkaitan dengan penyelenggaraan kegiatan *e-commerce*. Para pelakunya merupakan subjek dan objek yang di dalam kegiatan perdagangannya memiliki aspek perpajakan yang dikenakan.

Selain itu penanganan untuk transaksi *e-commerce* ini adalah sesuai dengan transaksi pada perdagangan secara konvensional. Tidak ada perbedaan dalam hal pemungutannya, yaitu sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Hanya saja penerapannya terhadap para pelaku bisnis di bidang *e-commerce* membutuhkan proses penangkapan atau penjarangan data yang cukup sulit. Keadaan para pelaku yang menggunakan media dunia maya, menyebabkan pihak DJP menjadi kesulitan. Berikut adalah *flowchart* penanganan perpajakan bagi AR terhadap Wajib Pajak pelaku *e-commerce*.



Gambar 3. Flowchart Penanganan Perpajakan Pelaku E-commerce

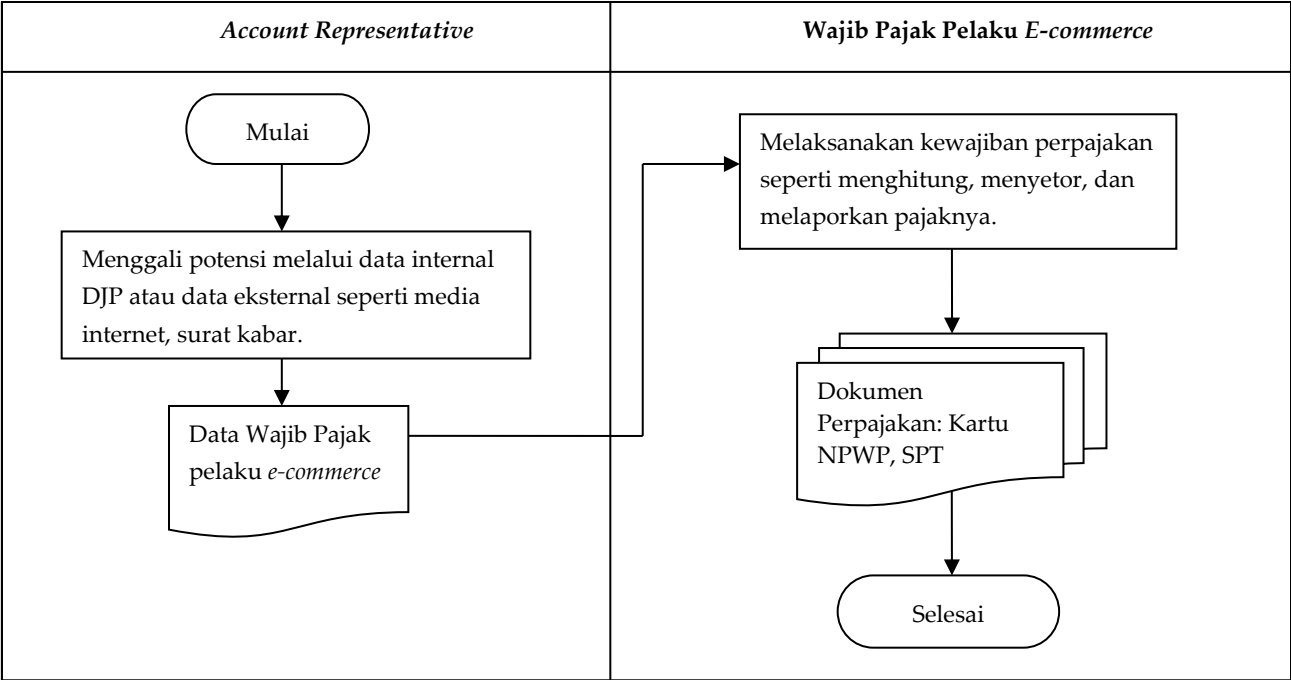
Pengawasan AR

AR merupakan ujung tombak dari pelayanan yang dilakukan oleh pihak DJP kepada para Wajib Pajak. Salah satu tugas dan tanggungjawab dari AR adalah meneliti pengawasan kepatuhan formal Wajib Pajak serta melakukan penelitian dan analisa kepatuhan material Wajib Pajak atas pemenuhan kewajiban perpajakannya. Maka, secara tidak langsung pengawasan atas pemenuhan potensi perpajakan yang sesuai dengan wilayahnya merupakan tanggungjawab dari para AR tersebut.

Proses pengawasan yang dilakukan para AR adalah dengan melakukan penggalian data, melalui data internal yang telah dimiliki oleh DJP sesuai dengan basis wilayah perpajakannya. Maupun melalui kegiatan pencarian data pelaku e-commerce dengan data dari internet maupun

surat kabar. Hal ini bertujuan untuk mengembangkan dan meningkatkan potensi dari e-commerce di KPP Pratama Malang Selatan melalui pengawasan yang dilakukan para AR..

Prosedur atau skema pengawasan dalam rangka intensifikasi perpajakan terhadap e-commerce dapat dijelaskan melalui flowchart di bawah ini. Hal ini bertujuan guna menganalisis upaya yang dilakukan AR terhadap Wajib Pajak pelaku usaha e-commerce. Selain itu kegiatan pengawasan di dalam perpajakan menjadi tolak ukur dalam proses intensifikasi yang terjadi untuk terus mengamankan penerimaan negara melalui pajak.



Gambar 4. Flowchart Pengawasan Perpajakan di Bidang E-commerce

Faktor Pendukung dan Penghambat Penanganan dan Pengawasan dalam Rangka Intensifikasi di Bidang E-commerce

1. Faktor Pendukung

Adanya Klasifikasi mengenai E-commerce

DJP telah menggarap untuk pengawasan serta penanganan bagi para pelaku usaha online. Perpajakan bagi para pelaku usaha online pada dasarnya adalah sama dengan penanganan untuk para pedagang secara konvensional. Baik untuk perhitungan pada PPh, PPN, maupun PPnBM. Maka dari itu, DJP telah membuat Surat Edaran Nomor SE-62/PJ/2013 tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi E-commerce.

Surat Edaran ini juga bertujuan untuk menambah pengetahuan bagi para pegawai pajak dalam hal melakukan pengawasan serta penanganan perpajakan di bidang e-commerce. Baik secara model bisnis dari masing-masing transaksi e-commerce sampai pada aspek perpajakan yang akan menjadi subjek serta objek pajak. Hal itu dilakukan untuk mempermudah dalam penyampaian kewajiban perpajakan dari para Wajib Pajak pelaku usaha online.

2. Faktor Penghambat

a. Sistem Internal DJP

Faktor penghambat di dalam permasalahan pengawasan serta penanganan perpajakan di bidang e-commerce ada pada sistem internal yang berada di DJP. Data-data perpajakan yang tersedia merupakan bagian dari analisa dan penelitian yang dilakukan oleh para AR maupun petugas pajak lainnya dalam

melakukan pengawasan dan penanganan kepada Wajib Pajak pelaku usaha online.

b. Kepatuhan dan Kesadaran Wajib Pajak Pelaku Usaha Online

Beberapa permasalahan yang terjadi pada dunia perpajakan di Indonesia adalah pada kepatuhan dan kesadaran dari Wajib Pajak. Dalam hal ini para Wajib Pajak pelaku usaha online masih memiliki kesadaran yang rendah dalam hal kewajiban perpajakannya. Seperti untuk pemenuhan pelaporan perpajakan dalam hal pengisian Surat Pemberitahuan Tahunan, Surat Pemberitahuan Masa, dan produk hukum pajak lainnya.

c. Peraturan Perpajakan mengenai Transaksi E-commerce

Tidak adanya peraturan khusus mengenai sistem perpajakan pada transaksi e-commerce juga menjadi faktor penghambat dalam pemenuhan potensi perpajakan di sektor perdagangan jenis ini. Sistem e-commerce memiliki skema yang berada di jaringan dunia maya, jika pemerintah belum siap untuk penyediaan sistem yang tepat maka aspek yang lain akan terkendala pula.

Pembahasan

Mekanisme kegiatan e-commerce dalam Aspek Perpajakan

E-commerce dikelompokkan menjadi beberapa segmen yaitu, business to consumer (B2C), metode cash on delivery (COD), maupun toko online. Sesuai dengan karakteristik yang terdapat di dalam penegasan untuk e-commerce dalam perpajakan, masing-masing memiliki model bisnis yang berbeda sesuai dengan

segmen karakteristik dari *e-commerce*. Pada praktiknya, terdapat beberapa model dalam penyelenggaraan transaksi *e-commerce*. DJP telah menyampaikan hal tersebut di dalam Surat Edaran Nomor SE-62/PJ/2013, mengenai model bisnis yang terjadi.

Segmentasi yang ada pada *e-commerce* telah disesuaikan dengan mekanisme perpajakan yang telah berlaku. Pihak DJP berusaha membuat skema yang berlangsung pada masing-masing jenis *e-commerce*. Hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan Wajib Pajak pelaku usaha *online* untuk penerimaan Negara serta menciptakan kondisi bisnis di Indonesia khususnya pada *e-commerce* secara baik dan teratur. Aspek perpajakan pada setiap proses bisnisnya menjadi landasan yang penting bagi fiskus dalam melakukan penelitian untuk para Wajib Pajak pelaku usaha *online*.

### **Pengawasan Perpajakan di Bidang *E-commerce***

Transaksi *e-commerce* merupakan objek dan subjek pajak yang dapat dipungut atas pajaknya. Strategi perpajakan di bidang *e-commerce* seharusnya memiliki perlakuan yang berbeda untuk sistem dalam hal pengawasan. Pemerintah sebagai aktor dalam pembuat kebijakan, dalam hal ini adalah DJP yang bertanggungjawab untuk melakukan kewenangan atas pemungutan pajak di Indonesia. Pengawasan perpajakan dilakukan secara menyeluruh untuk pemungutan pajak di bidang *e-commerce* di Indonesia.

Kemunculan transaksi *e-commerce* di Indonesia menyebabkan *trend* baru di negara berkembang ini. Aspek ekonomi khususnya perpajakan menjadi fokus pemerintah untuk menghimpun pendanaan untuk APBN. Namun, pengawasan menjadi permasalahan tersendiri bagi DJP dalam perkembangan bisnis di dunia maya. *E-commerce* menjadi media perdagangan yang cukup efektif bagi masyarakat. Kebutuhan akan informasi secara cepat dapat didapat melalui media elektronik, disanalah *e-commerce* berkembang.

Pengawasan yang terpenting adalah berasal dari sistem yang dimiliki dan dibuat oleh DJP serta pemerintah. Fasilitas pendukung untuk keamanan dirasa perlu disesuaikan untuk menjaring para pelaku usaha *online* yang masih belum terdaftar sebagai Wajib Pajak. Para pelaku tersebut seharusnya mendapatkan himbauan mengenai perpajakan yang berlangsung. Data-data mengenai identitas dari para pelaku usaha *online* wajib dimiliki oleh

pihak DJP untuk memastikan mengenai transaksi yang berlangsung beserta aspek perpajakannya.

Pengawasan dari para AR juga sudah dilakukan dalam rangka pemenuhan kewajiban perpajakan bagi Wajib Pajak pelaku usaha *online*. Pengawasan secara menyeluruh kepada Wajib Pajak pelaku usaha *online* dan sistem fasilitas pendukung dari DJP mampu meningkatkan potensi perpajakan dari transaksi *e-commerce*. Pengawasan tersebut berlaku dalam hal pemantauan terhadap maraknya berdagang dan berbelanja secara *online*. Kemudahan yang didapat baik dari sisi penjual maupun pembeli meningkatkan proses bisnis untuk *e-commerce*.

Secara garis besar, pengawasan para pegawai pajak khususnya AR dalam menangani permasalahan perpajakan masing-masing wilayahnya menjadi tolak ukur dalam perlakuan terhadap *e-commerce*. Upaya yang telah dilakukan masih bersifat manual dengan akses informasi yang tersedia, sebagai contoh media internet, surat kabar dan media informasi lainnya. Selayaknya, pihak DJP membuat sistem khusus dalam hal pengawasan yang nantinya akan membantu bagi para AR untuk melaksanakan tanggungjawabnya pada masing-masing wilayah perpajakannya. Sehingga, pengawasan yang dilakukan akan terjadi secara sistematis dan terukur.

### **Penanganan Perpajakan di Bidang *E-commerce***

Aspek perpajakan pada penanganan di bidang *e-commerce* merupakan hal yang sama pada aspek perpajakan untuk bidang perdagangan secara konvensional. Hal tersebut terletak pada PPh, PPN, PPnBM, dan Bea Materai. Aspek perpajakan ini dikenakan atas kegiatan transaksi yang dilakukan. Hal tersebut akan mempermudah pihak fiskus dalam meneliti Wajib Pajak pelaku usaha *online*.

Untuk PPh dapat dihitung berdasarkan peredaran usaha, penghasilan lain, maupun penghasilan bruto. PPN dapat dikenakan atas penyerahan dari Jasa Kena Pajak atau Barang Kena Pajak dan Bea Meterai terjadi pada saat para pelaku berkaitan dengan persetujuan dokumen elektronik mengenai syarat maupun tata cara pembelian dan penjualan. Hal tersebut digunakan untuk penanganan pajak di bidang *e-commerce* dalam hal pengisian Surat Pemberitahuan Tahunan, Surat Pemberitahuan Masa, dan Surat Pemberitahuan Masa PPN.

Penanganan perpajakan terkait dengan transaksi *e-commerce* memberikan ruang bagi



pemenuhan potensi perpajakan. Secara umum penanganan yang sama diberikan untuk Wajib Pajak pelaku usaha *online*. Aspek perpajakan yang timbul merupakan kewajiban dari Wajib Pajak untuk melaksanakan kewajiban perpajakannya sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku. Penanganan para AR kepada Wajib Pajak pelaku usaha *online* berpotensi dalam meningkatkan penerimaan pada KPP Pratama Malang Selatan.

Dampak yang akan dihasilkan dengan adanya penanganan terhadap transaksi ini adalah perubahan ekonomi. Untuk pembangunan sistem keamanan bagi para pelaku usaha *online*, sistem perpajakan untuk peningkatan penerimaan negara, maupun membangun kesadaran para Wajib Pajak pelaku usaha *online* untuk melaksanakan kewajiban perpajakannya.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Dari data dan pembahasan yang telah dipaparkan, maka sebenarnya terdapat potensi perpajakan yang berasal dari intensifikasi terhadap adanya transaksi *e-commerce*. Beberapa kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

### Pengawasan dan penanganan perpajakan terhadap transaksi *e-commerce* di wilayah kota Malang.

1. Penanganan yang dilakukan oleh KPP Pratama Malang Selatan terhadap para pelaku usaha *online* adalah dengan melakukan pelaksanaan peraturan yang sesuai dengan peraturan perpajakan pada umumnya, seperti PPh, PPN, PPnBM, dan Bea Meterai. Penanganan pada aspek perpajakan adalah sama dengan penanganan perpajakan pada perdagangan secara konvensional.
2. Pengawasan pada KPP Pratama Malang Selatan terhadap perpajakan di bidang *e-commerce* masih terkendala dalam hal melacak atau *tracking* para pelaku usaha *online* yang terlibat. Pelacakan yang dilakukan masih berkutat pada media informasi yang ada, seperti media internet, jejaring sosial, surat kabar dan media informasi lainnya. Minimnya data yang tersedia baik secara internal maupun eksternal DJP belum mampu mengidentifikasi para pelaku usaha *online* tersebut. Pengawasan dilakukan dalam

rangka intensifikasi dengan memberikan pelayanan yang baik serta pemahaman dari para AR kepada Wajib Pajak, baik secara administrasi perpajakan, mekanisme *e-commerce*, dan aspek perpajakan yang melekat di dalamnya.

3. DJP telah membuat klasifikasi serta aspek perpajakan yang melekat pada kegiatan bisnis *e-commerce*. Hal tersebut termuat di dalam Surat Edaran dari Direktorat Jenderal Pajak Nomor SE-62/PJ/2013 mengenai Penegasan Ketentuan Perpajakan atas Transaksi *E-commerce*.

### Faktor pendukung dan penghambat dalam pengawasan dan penanganan perpajakan terhadap transaksi *e-commerce* di wilayah kota Malang.

1. Faktor pendukung yang mampu menunjang pengawasan serta penanganan perpajakan di bidang *e-commerce* adalah adanya klasifikasi model bisnis *e-commerce* dan aspek perpajakan oleh DJP melalui Surat Edaran Nomor SE-62/PJ/2013. Hal tersebut bertujuan untuk membantu pegawai pajak dalam memahami transaksi *e-commerce* dan aspek perpajakan yang melekat di dalamnya.
2. Faktor Penghambat dalam hal pengawasan dan penanganan perpajakan atas transaksi *e-commerce* adalah keberadaan sistem Internal dari DJP yang belum mampu memberikan kebutuhan data yang tepat untuk para pelaku usaha *online* dan peredaran transaksi yang terjadi, sehingga pegawai pajak dapat melakukan penelitian dan himbauan terhadap para pelaku usaha *online* tersebut.
3. Faktor Penghambat selanjutnya pada pengawasan dan penanganan perpajakan di bidang *e-commerce* di KPP Pratama Malang Selatan adalah tingkat kepatuhan dan kesadaran Wajib Pajak tersebut untuk menjalankan kewajiban perpajakan. Adanya hubungan yang baik antara Wajib Pajak pelaku usaha *online* dan para pegawai pajak mampu memberikan kontribusi yang maksimal baik dari potensi penerimaan maupun sistem perpajakan yang ada.
4. Selanjutnya, faktor penghambat yang ada adalah peraturan perpajakan khusus untuk transaksi *e-commerce*. Dibutuhkan regulasi yang tepat guna penanganan perpajakan di bidang *e-commerce*.

## Saran

Saran yang dapat diberikan dalam hal penanganan dan pengawasan perpajakan di bidang *e-commerce* adalah sebagai berikut:

1. Memastikan pada para Wajib Pajak baru pelaku usaha *online* agar mendapatkan sosialisasi terkait perpajakan mengenai transaksi *e-commerce*. Sosialisasi dilakukan oleh setiap AR dalam rangka intensifikasi terhadap wilayahnya kepada pelaku usaha *online*. Hal ini dilaksanakan agar para pelaku usaha *online* sadar terhadap kewajiban dan hak perpajakannya.
2. AR pada KPP Pratama Malang Selatan aktif dalam menjaring Wajib Pajak baru pelaku usaha *online* dengan cara melakukan *tracking* di media sosial maupun jejaring media internet lainnya. Dapat juga melalui data internal DJP atau media surat kabar. Selain itu, pihak DJP seharusnya telah mempersiapkan sistem yang terintegrasi dengan baik terhadap peredaran usaha yang dilakukan oleh pelaku usaha *online* tersebut, agar pengawasan dan penanganan dapat dimaksimalkan.
3. Pihak DJP dapat bekerjasama dengan pihak Bank untuk melakukan pengawasan pada para Wajib Pajak pelaku usaha *online*, arsitektur perbankan yang ada seharusnya memungkinkan pihak DJP untuk dapat melakukan pengawasan atas aliran transaksi yang terjadi dalam *e-commerce*.
4. Pihak DJP dapat bekerjasama dengan organisasi yang menaungi para pelaku *e-commerce*. Contohnya pada Asosiasi *E-commerce* Indonesia (idEA), yaitu wadah yang didirikan untuk pelaku industri *e-commerce*. Diciptakannya asosiasi ini guna menunjang kebutuhan pengembangan untuk transaksi *e-commerce* serta sumber daya manusia yang berada di dalamnya.
5. KPP Pratama Malang Selatan selaku kantor yang memiliki tugas dan fungsi untuk melakukan penyuluhan, pelayanan, dan pengawasan kepada Wajib Pajak diharapkan melakukan penelitian berupa klasifikasi terhadap model *e-commerce* dari para Wajib Pajak pelaku usaha *e-commerce* di wilayah kota Malang. Hal ini berguna untuk memudahkan dalam hal pengawasan dan penanganan dalam rangka intensifikasi untuk aspek perpajakan dari masing-masing model bisnis *e-commerce* yang berlangsung.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 16 tahun 2009.
- Mathew B. Miles, dan Michael A. Huberman. (1992), *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Metode-Metode Baru terjemahan Tjeep Rohendi Rohidi*, Jakarta: UI press.
- Moleong, L. (2007), *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Ustadiyanto, R. (2001), *Framework e-commerce*, Yogyakarta: ANDI.
- Irnowati, D. (2011). *Pemanfaatan E-commerce dalam Dunia Bisnis*. Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis. Politeknik Negeri Sriwijaya, pp. 95
- Surat Edaran Direktorat Jenderal Pajak Nomor SE-62/PJ/2013 tentang *Penegasan Ketentuan Perpajakan atas Transaksi E-commerce*.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang *Informasi dan Transaksi Elektronik*.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2004 tentang *Perdagangan*.
- Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang *Pajak Penghasilan*.
- Vergina, dan Ratna J. 2009. *Pengaruh Ekstensifikasi dan Instensifikasi Terhadap Penerimaan Pajak Penghasilan Orang Pribadi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Palembang Ilir Barat*. Jurnal. STIE MDP.
- Website Kota Malang. (2011). *Tri Bina Cita Kota Malang*, (online), diakses pada tanggal 27 Desember 2013 dari <http://G:/Pemerintah Kota Malang Sekilas Malang Tri Bina Cita.htm>